chinaXiv:202310.01981v1

大数据背景下出版业的未来与发展

摘　要：大数据是一种信息现状，同时亦是一种技术手段，更是发展的一种思维方向，在如今信息爆炸的时代，大数据技术能够帮助出版业更好地厘清人们对阅读的真正需求，从而让出版方能够准确地找准自身的定位，选择更适宜、准确的出版内容。当今世界，科技进步突飞猛进，特别是信息技术和网络技术发展迅速，对世界政治、经济、军事、科技、文化、社会等领域产生了深刻的影响，这必须引起我们的高度关注。对信息网络化问题，国家的基本方针是积极发展，加强管理，趋利避害，为我所用，努力在全球信息网络化的发展中占据主动地位。我们要抓住机遇，加快发展我国的信息技术和网络技术。本文以大数据为背景，在阐述大数据对我国出版行业影响的基础上，进一步分析我国出版业未来发展的趋势，希望能够为实现我国出版业高质量、完成转型升级提供一定的思路和借鉴。

关键词：大数据；出版业；发展趋势
中图分类号：G239.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2018）10-113-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2018.10.046

文 / 李慧娜

引言

二十世纪八十年代，著名的社会思想家阿尔文·托夫勒首次提出了“大数据”的理念，他将它称作是“第三次浪潮的华彩乐章”[1]，该理念一经提出就受到了各界的广泛重视；后来又由美国 Gartner 公司从数据容量、数据类型和处理速度三个角度阐述了“大数据”的定义；2012 年，西方以美国为首的先进国家又将发展“大数据”作为国家发展的重要战略，推出了《大数据研究和发展计划》[2]。从那以后，“大数据”这个词开始频繁出现在人们的视野中，成为影响社会发展的重要因素之一。在我们所处的这个时代，信息极大膨胀和爆炸，“数据大时代”应运而生。人类在这个”数据大时代”，任何行为、任何事物、任何信息都被数据化、电子化。在这样的环境冲击下，我们的思维、行为都产生了前所未有的变化，如何享受数据时代带给我们的便利，如何主动参与大数据时代，成为我们共同面对的话题。

通信技术、电子技术的不断发展，也在商业界中引起了连锁反应，引发了一系列改革的浪潮，商业信息流动的方式在改变，产业链、价值链也在改变，全球经济格局正在悄然发生着变化。特别是在大数据理念出现以来，影响着各行各业都在发生着变革，不仅为行业的发展提供了必不可少的技术支持，同时也为发展指明了方向，出版行业也是如此。大数据技术的出现改变了传统出版业的搜集、策划、营销、发行模式，读者的偏好数据被更加高效地收集和运用，让出版业焕发出更大的发展潜力。我国在“十三五”规划中提出了文化产业的新目标，描绘了出版业发展的前景[3]，更好地应用大数据促进出版产业发展已成为一种必然趋势。本文尝试以大数据为背景，在阐述大数据对我国出版行业影响的基础上，进一步分析我国出版业未来发展的趋势，希望能够为实现我国出版业高质量、完成转型升级提供一定的思路和借鉴。

2. 大数据对我国出版行业的影响

2.1 实现数据的分享与互联

大数据技术能够实现数据的分享与互联，让已有的信息实现整合，通过互联网将原本分散式的信息进行集中整理与归纳，让信息能够更好地被使用。此外，还可以进一步实现对信息的深入挖掘分析，将出版信息用数据方式呈现出来，将计算机、通信、网络、存储、数据库等环节的写作贯穿出版的整个过程，提高出版产业的效率。[4]

2.2 实现出版业的数字化发展

随着电子技术的发展，数字化生产和出版可以说是出版行业目前的主要发展方向。如今电子书在人们的日常生活中已经成为阅读的常态，当当网、亚马逊出售电子版书籍，目前在市场上既有整本著作形式的电子书，也有单篇售卖的文章，形式多样。近年来，数字出版市场收益渐入佳境。在数字化出版方面，西方国家的开展要早于我国，已经积累了一定的发展经验，在一些数字出版的基础性工作方面已经取得了一些成果，出版行业整体综合实力要优于国内。与西方国家相比，我国的数字出版企业还需要进一步发展。

2.3 改变既有商业模式

大数据技术的出现影响了既有出版业商业模式，在大数据背景下，出版业要积极探索新的商业模式才能够适合社会发展和读者需求。首先，出版企业要准确地掌握出版市场的大数据，从数据中深入分析客户习惯与偏好，从而有指向性地满足不同客户群体的需求，使传统

ChinaXiv合作期刊

chinaXiv:202310.01981v1

的普遍式营销转变为有针对性的精准营销，为不同客户提供不同的个性化内容，促进经营管理的完善，紧跟时代与科技的步伐，不断优化商业模式。

2.4 推动多元化产品的开发

新兴媒体是大数据时代下的产物，很多媒体信息已经开始转向多元，以求能够在众多种类的新媒体中脱颖而出。作为出版产业来讲，同样也要顺应新媒体时代的发展需求，将畅销书、品牌书等资源进行合理整合，将纸质书籍、电子书籍、动漫游戏等结合到一起，[5] 创新多元化产品，可以很好地强化出版业竞争力。

3. 大数据背景下出版业未来的发展趋势

3.1 出版内容与策划的指向化

对于出版活动来说，文化内容是最根本的一环，是出版业来发展的根基。如何选择内容、怎样编辑、选择传播途径就显得尤为重要。平台的改革和技术的进步推动了文化信息传播方式的改变，与过去相比，传播途径变得更方便快捷了。对于传统出版业来说，长久以来制约其发展的就是在内容选择方面难度大、作品创作周期长、缺乏市场反馈机制等问题。在选择出版内容时，大多数时候依靠的是编辑，编辑用自己长时间工作积累下来的经验，加上市场调研，与当下潮流结合，在一系列筛选与验证之后选定主题，并进一步开展出版相关的策划活动。这样传统的方法有着十分明显的弊端，一是无法与读者达成有效的交流，从而在内容上与大众潮流出现偏差，导致成本的无效浪费；[6] 二是这种方式存在人为主观性较强的缺点，受编辑本身审美与价值观念的影响较大，从而使一些有价值的信息或者选题被错过了。但是，在大数据技术出现以后，这个问题被很好地解决了，当前，出版业在选择内容方面已经开始参考读者需求大数据，既可以参考以往生产过程中所累计的数据，也可以参考全国范围内人们感兴趣的内容，这是一种极大的便利，让出版内容和策划更有指向性，而且在未来，使用大数据进行出版内容策划的企业将越来越多。

3.2 营销模式的精准化

大数据技术的出现，改变了出版企业的营销模式。大数据库能够提供给出版机构需求的数据资源，如读者关注信息、读者习惯、读者偏好等，从而影响出版企业的营销模式。最典型的例子莫过如“今日头条”的成功，“今日头条”之所以成功推广，离不开强大的信息分析技术的支持，能够对不同用户进行分析，捕捉用户阅读习惯，并有针对性地提供不同阅读内容，从而满足每一个用户的个性化需求。在传统的营销中，个性化营销往往针对的是有统一特征的某一类群体，而在大数据的支撑下，这种个性化营销可以精细到满足每一个“个体的人”，精准化程度大大提升了。[7] 还有里德·爱思唯尔出版集团、施普林格科学与商业媒体集团等专业出版商也是利用大数据技术，跟踪挖掘读者阅读内容、感兴趣的话题等集合用户信息，通过打造数据库并加以分析的方式进行营销，并取得了成功。

3.3 发行传播的个性化

读者的阅读需求随着时代而变化，在文明化的当下，个性化、定制化、主动化已成为当代读者的一大特点，随着大数据技术在出版业的应用，未来的出版业的传播也会逐渐向着更加个性化的方向发展和转变。大数据技术能够记录并分析使用者的阅读经历、爱好，从而分析出用户的阅读倾向，并依照分析结果向使用者推送精准的阅读推荐服务。网易新闻就是如此，通过打造 Hadoop、Spark、Storm 计算平台以及缓存集群、搜索集群、消息队列、No SQL 软件等，可以对使用者的信息以及访问轨迹进行多维度跟踪搜索，并且进一步实现内容的个性化推送。

结论

在如今这个信息爆炸的时代，大数据技术能够帮助出版业更好地厘清人们对阅读的真正需求，从而让出版方准确地找准自身定位，选择适宜的、正确的出版内容。综上所述，大数据是一种信息现状，同时亦是一种技术手段，更是发展的一种思维方向，互联网技术让数字化阅读逐渐普及，出版业从业者要认识到大数据对出版业未来发展与转型的重要意义，在利用大数据技术跟踪读者的阅读体验以及需求之外，要秉持用户需求为上、出版内容为王、技术推动行业的理念，才能让出版行业发展得更好。媒

参考文献

[1] 张新新 . 新闻出版业大数据应用的思索与展望 [J]. 科技与出版，2016（01）：22-25.

[2] 韩寒 . 传统出版如何更好数字化转型 [N]. 光明日报，2018-08-10.

[3] 田军 . 新闻出版业大数据运用的新业态研究 [J]. 传播与版权，2017（08）：19-20

[4] 徐立萍 . 出版业大数据研究的困境与破解 [J]. 出版发行研究，2017（06）：40-43

[5] 王欣欣 . 国内新闻出版产业大数据应用困境分析 [J]. 网络安全技术与应用，2016（10）：26-27.

[6] 石培龙 . 全产业链经营——数字化时代传统出版业的改革路径 [J]. 西北成人教育学报，2013（04）.

[7] 安欣 . 我国出版企业核心竞争力评价及提升策略研究 [D]. 武汉大学，2011.

（作者单位：西安交通大学出版社）